

VILLE ET COMMERCE : L'ÉTUDE DES LIEUX DE VENTE SPÉCIALISÉS DANS L'AGGLOMÉRATION DE LOMÉ

N'KERE Komi

Maître-Assistant, nkere1@gmail.com

Université de Lomé

RÉSUMÉ

Depuis les années 1990, l'agglomération de Lomé connaît un développement commercial sans précédent marqué par la multiplication des lieux de vente spécialisés. L'objet de cette recherche est d'étudier les marchés spécialisés de Lomé, en vue de ressortir les avantages et les inconvénients d'une telle spécialisation marchande. Cette étude est basée sur la recherche documentaire, l'observation et les enquêtes de terrain. La recherche documentaire a consisté à consulter la littérature existante sur le sujet. L'observation faite sur 29 marchés spécialisés et les enquêtes menées sur un échantillon de 300 personnes ont permis d'obtenir des résultats.

A Lomé, il existe des marchés spécialisés dans la vente des produits locaux d'origine paysanne, des produits manufacturés et des objets usagés. Les marchés des produits manufacturés se retrouvent dans les quartiers du centre-ville, tandis que ceux des produits vivriers occupent les quartiers périphériques. Les objets usagés sont vendus sur les marchés de la zone portuaire. Il existe une dualité commerciale entre le centre-ville et la périphérie, et une interdépendance entre ces marchés. La spécialisation des lieux de vente permet de mettre à la disposition des consommateurs une gamme variée de marchandises à bon marché, de gagner du temps dû aux achats, d'écourter les distances, de réduire les dépenses liées au déplacement et les risques d'accidents de circulation. Elle présente néanmoins quelques inconvénients comme la prolifération des lieux de vente, l'occupation anarchique de l'espace public, l'insalubrité et la vente des produits prohibés et avariés.

Mots-clés : Agglomération de Lomé, Centre-ville, Périphérie, marché spécialisé, Togo.

ABSTRACT

Since the 1990s, the Greater Lomé has been experiencing an unprecedented business development marked by the proliferation of specialized sales. We can meet in Lomé markets for food commodity, fruits, vegetables, second-hand goods, manufactures, fabrics/cloths, supermarkets, exotic trade, etc. Specialization of sale is as a tool for the structuring of the urban space. It enables the distribution of specialized markets in all parts of the city. The specialized sales outlets allow making available to consumers a wide range of cheap goods. With the advent of these, it is now possible to go directly to a market where they sell the goods you need without having to go instead from a sale point to another. This saves time by limiting the movements due to purchases, by reducing expenditures related to urban mobility and the risk of traffic accidents and congestion. Analysis of specialized markets shows that the specialization of sales outlets has several strengths. Therefore, this study recommends that the State creates specialized shopping areas in the entire city to decongest the city center too concentrated in terms of trade.

Keywords: Lomé agglomeration, Downtown, Suburb, Specialized market, Togo.

INTRODUCTION

Une ville peut être définie comme étant une agglomération où se développent les activités des secteurs tertiaire et quaternaire et surtout du commerce (DESSE et al, 2008). Les villes d'Afrique subsaharienne comme Lagos, Kinshasa, Abidjan, Cotonou, Lomé, etc. sont des localités où se rencontrent partout des établissements commerciaux qui relèvent surtout du secteur informel. Si dans les villes des pays développés les grandes surfaces commerciales, les hypermarchés, les supermarchés et les petits commerces de proximité constituent l'essentiel de l'offre commerciale (PERON, 2004 ; GASNIER et LESTRADE, 2014), dans les villes des pays en voie de développement, ce sont surtout les marchés qui occupent une place prépondérante dans les activités de vente (NYASSOGBO, 2010).

La ville de Lomé compte 254 marchés. Ce grand nombre de lieux de vente confirme les écrits de MARGUERAT (1986) et de GAYIBOR (1997) qui disent que Lomé est née à partir des activités commerciales autour des années 1860. Le développement des activités de vente se caractérise dans cette ville par la prolifération des lieux d'achat et la diversité des marchandises commercialisées (N'KERE, 2012). Lomé compte 29 marchés spécialisés répartis dans toute l'agglomération. Comment explique-t-on la répartition spatiale des marchés spécialisés dans l'agglomération de Lomé ? Quels sont les avantages et les inconvénients de la spécialisation de ces lieux de vente ? Telles sont les questions auxquelles la présente étude tentera d'apporter des réponses.

Dans la spécialisation marchande de Lomé, les produits vivriers dominent sur les marchés périphériques, tandis que les produits manufacturés occupent une place de choix sur les marchés centraux. Les objets de seconde main sont principalement vendus sur les marchés de la zone portuaire. La spécialisation des marchés permet de réduire les distances parcourues à la recherche des marchandises et de fournir aux clients une offre marchande abondante et bon marché. Elle pose aussi les problèmes de l'occupation anarchique des places publiques et la vente illicite des produits prohibés et avariés. L'objet de cette contribution est d'étudier les différents lieux de vente spécialisés dans l'agglomération de Lomé,

en vue de ressortir les avantages et les inconvénients qui s'attachent à une telle spécialisation marchande. Avant d'arriver à cette étude, il s'avère important de définir une méthode de recherche appropriée.

1. MÉTHODES ET MATÉRIELS

L'approche méthodologique adoptée est basée sur la recherche documentaire qui a consisté en une exploration des documents qui ont trait à la ville et aux activités commerciales. L'observation du paysage urbain et les enquêtes proprement dites ont permis d'identifier les lieux de vente spécialisés, de comprendre leur répartition spatiale, de ressortir les avantages et les inconvénients qu'ils présentent.

En tout, 29 marchés spécialisés ont été visités. Il n'existe pas de statistiques sur le nombre exact de revendeurs et d'acheteurs à Lomé. L'enquête de terrain a porté sur 120 revendeurs, 120 acheteurs, 20 responsables de l'Etablissement Public Autonome pour l'exploitation des Marchés (EPAM), 20 employés du service technique de la préfecture et 20 personnes qui travaillent à la mairie de Lomé. Au total, 300 personnes ont été interviewées. Le choix des revendeurs et des acheteurs a été fait selon leur ancienneté (cinq ans) dans les activités de vente et d'achat. Ils sont répartis sur tous les marchés spécialisés. Les services retenus dans l'échantillon sont ceux qui gèrent les lieux de vente dans toute l'agglomération de Lomé. Ils sont habilités à fournir des informations sur la spécialisation des lieux de vente. Les personnes enquêtées au niveau de l'EPAM, de la préfecture et de la mairie ont été choisies en fonction du rôle qu'elles jouent dans l'attribution des places marchandes et l'aménagement des lieux de vente.

La collecte des informations a été effectuée du 14 août au 15 septembre 2015, soit 32 jours. Le traitement informatique des données a été fait dans le logiciel SPSS, version 10. Il a consisté en un examen méthodique et systématique des données issues de la recherche documentaire et des entretiens individuels. Ce traitement a permis de présenter les informations sous forme de figures et de tableaux. Les cartes résultent de l'utilisation du logiciel Arc Gis 10.2. Un GPS a été utilisé pour positionner les marchés spécialisés sur une carte. La méthode de recherche et les matériels utilisés ont permis d'obtenir des résultats.

2. RÉSULTATS

L'origine de la spécialisation des marchés, la typologie des lieux de vente, la répartition spatiale, les avantages et les inconvénients et l'interdépendance des lieux de vente spécialisés sont les résultats présentés dans cette partie.

2. 1. ORIGINE DE LA SPECIALISATION DES LIEUX DE VENTE A LOME

D'après les responsables de la mairie, la spécialisation des lieux de vente à Lomé remonte dans les années 1980. Elle coïncide avec la période de la mise en place des programmes d'ajustement structurel qui consistent à compresser le personnel administratif, à suspendre les recrutements dans la fonction publique, etc. Suite à l'application de ces mesures drastiques, plusieurs employés ont perdu leur travail. Pour survivre, ils sont obligés de vendre les produits vivriers, les objets de seconde main, ou encore les produits manufacturés. Le manque de moyens et la saturation du grand marché d'Adawlato obligent les nouveaux revendeurs à installer leurs commerces sur

les petits marchés de quartiers qui sont aujourd'hui devenus de véritables structures commerciales.

Les crises sociopolitiques que le Togo a connu au cours des années 1990, a obligé bon nombre de Togolais à créer de petites structures commerciales. Dans les périphéries, les citoyens qui ont leurs parents dans les villages sont allés collecter les produits vivriers qu'ils revendent sur ces marchés. Dans la zone portuaire, les employés qui ont été licenciés se sont reconvertis dans le secteur informel pour vendre autour du port des objets usagés. Au centre-ville, les commerçants vendent les marchandises manufacturées. Les revendeurs Ibo du Nigéria se sont installés au cours des années 1998 sur le marché de Hédjranawoé pour développer le commerce de la fripe, tandis que d'autres se sont établis dans le quartier d'Akodesséwa pour vendre les pièces détachées des véhicules. Au cours des années 1995, les Libanais ont investi le port autonome de Lomé où ils ont créé des parcs de vente des voitures d'occasion. Ainsi petit à petit, les lieux de vente se sont spécialisés. C'est ce qui explique aussi l'existence d'un grand nombre de places de vente à Lomé (Figure 1).

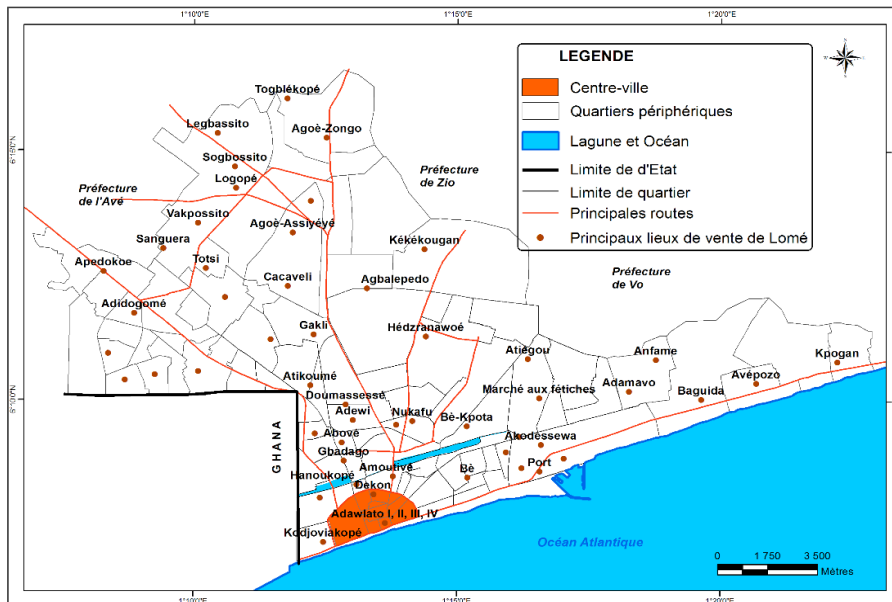


Figure 1 : Carte présentant les principaux lieux de vente de Lomé

Source : Mairie de Lomé, modifiée par N'KERE, 2015.

D'après cette carte, le centre-ville, formé des anciens quartiers de Lomé, est délimité par le boulevard du 13 janvier. Il comporte les marchés d'Assivito, Dékon, Saint-Michel, Gbadahonou, Adawlato I, II III et IV. Les marchés d'Agoè-Assiyéyé, Adidogomé, Totsi, Bè, Gbossimé, Avépozo, etc. sont implantés dans les quartiers périphériques. Parmi ces marchés, se trouvent les lieux de vente spécialisés dont l'étude de la typologie s'avère indispensable.

2. 2. TYPOLOGIE DES LIEUX DE VENTE SPECIALISES

A Lomé, les lieux de vente sont spécialisés dans la commercialisation de divers produits. D'un marché à un autre, il y a toujours un produit qui occupe une place de choix et représente 80 % environ de l'offre commerciale. On dit que ce marché est spécialisé dans la commercialisation de ce produit. Il existe des marchés où on ne vend qu'une seule espèce de marchandises. C'est le cas des marchés aux poissons, aux fétiches et du village artisanal où se vendent respectivement des poissons, des fétiches et des objets artisanaux (Tableau I).

Tableau I : Typologie des lieux de vente spécialisés à Lomé

Zones géographiques	Lieux de vente	Spécialisation
Zone portuaire	TP3, Zorobar, Cimaou, Akodesséwa II	Marchandises d'occasion
Quartiers périphériques	Agoè-Assiyéyé, Adidogomé, Akodesséwa I, Sogbossito, Vakpossito, Lègbassito, Avépozo	Céréales, tubercules, légumineux, oléagineux
	Marché aux chèvres ou « Gbossimé », Adéticopé	Volaille et bétail
	Abattoir, Hanou-copé, Abové, Togblécopé, Adamavo	Fruits
	Marché aux fripesou Hédjranawoé « Ablonissimé »	Friperie
	Marché aux fétiches	Différentes parties asséchées des animaux, des herbes, des racines, des graines.
Centre-ville	Adawlato I, II, III, IV	Marchandises manufacturées
	Village artisanal, Assivito	Objets artisanaux
	Marché aux poissons ou « Doèvissimé »	Poissons
	Amoutiévé	Pièces détachées
	Dékon	Appareils électrique, électronique, électroménager

Source : Résultats des enquêtes, 2015.

La spécialisation des marchés est si réelle à Lomé que certains lieux de vente ont pris les noms des produits vendus sur ces derniers. C'est l'exemple de Gbossimé qui signifie littéralement « Marché aux chèvres », Doèvissimé « marché aux poissons », Ablonissimé (marché aux fripes), etc. Les marchés spécialisés sont répartis dans toute l'agglomération de Lomé.

2. 3. REPARTITION SPATIALE DES MARCHES SPECIALISES

Les lieux de vente spécialisés se rencontrent dans toute la ville de Lomé. Ils sont observables du centre-ville à la périphérie. Dans cette répartition, il y a trois grands groupes qui se dégagent. Il s'agit

des marchés du centre-ville, de la périphérie et de la zone portuaire. Ces différents marchés sont spécialisés dans la vente de différents produits (Figure 2). D'après 56 % des enquêtés, la répartition des lieux de vente spécialisés à Lomé fait apparaître une dualité commerciale entre le centre-ville et la périphérie. Le centre-ville s'impose à la périphérie par la vente des marchandises manufacturées et la périphérie domine le centre-ville par la commercialisation des produits vivriers. De cette dualité, ni le centre-ville, ni la périphérie ne sont gagnants ou perdants. Les deux espaces géographiques urbains développent plutôt des relations commerciales éгалitaires.

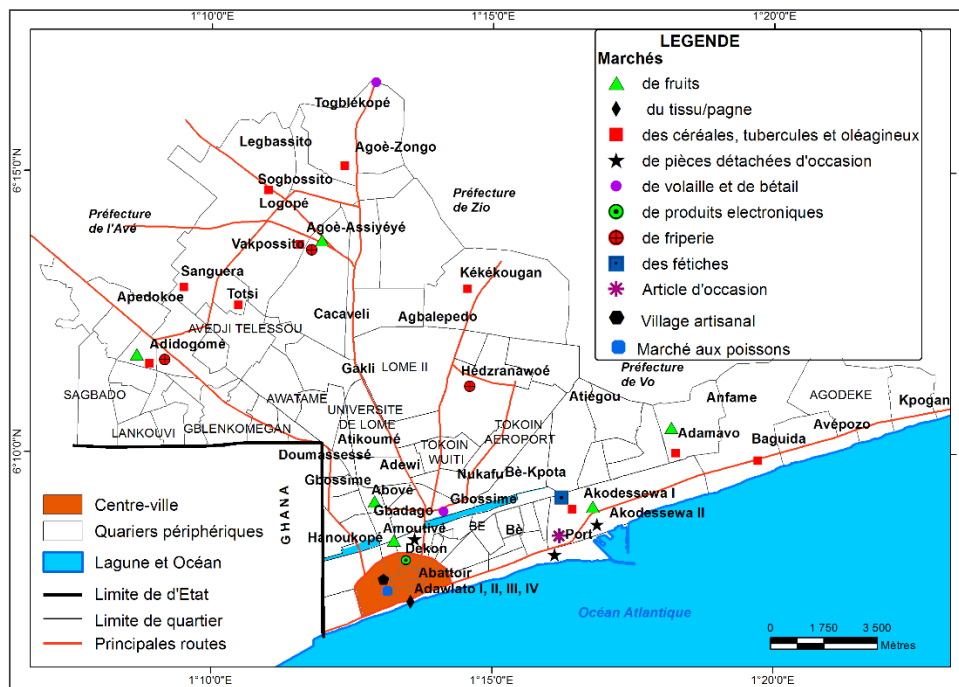


Figure 2 : Carte de la répartition spatiale des lieux de vente spécialisés à Lomé

Source : Mairie de Lomé, modifiée par N'KERE, 2015.

La répartition spatiale des marchés spécialisés est faite selon des critères bien définis. L'abondance des produits vivriers sur les marchés périphériques s'explique par la proximité de ces lieux de vente des zones rurales. D'après 78 % des enquêtés, les culti-

vateurs viennent directement vendre leurs produits sur ces marchés de sorte que ces lieux de vente sont devenus des endroits où les citadins et les ruraux se rencontrent pour acheter et vendre.

La prédominance des produits manufacturés sur les marchés du centre-ville s'explique par le fait que ces marchés se situent dans un rayon de quatre kilomètres du Port Autonome de Lomé (PAL) et de trois kilomètres de l'aéroport par lesquels transitent les marchandises manufacturées vendues sur ces lieux de chalandise. La spécialisation des marchés de la zone portuaire en produits de seconde main s'explique selon 45 % des enquêtés par le fait que ces marchandises entrent dans le pays par le port autour duquel se développent ces lieux de vente spécialisés.

Si les marchés de la zone portuaire sont spécialisés dans la vente des objets usagés, ceux de la périphérie sont des lieux privilégiés pour la vente des produits vivriers.

2.3.1. Marchés périphériques, lieux spécialisés dans la vente des produits vivriers

Les marchés situés dans la périphérie de Lomé sont spécialisés dans la vente des produits vivriers d'origine paysanne. Il s'agit des céréales : maïs (*Zea Mays*), sorgho (*Sorghum Vulgare*); des tubercules : igname (*Dioscorea Batatas*), manioc (*Jatropha Manihot*), taro (*Caladium esculentum*); des légumineux : niébé, voandzou, arachide ; des fruits : orange (*Citrus Aurantium*), citron (*Citrus Medica*), banane et banane-plantain (*Musa Parasidiaca*), pastèque (*Cucurbitas citrullus*) ; des légumes : gombo (*Abelmoschus esculentus*), piment (*Capsicum Annuum*), Adémè, gboma (*solanum macrocarpon*), carotte (*Daucus*), chou (*Brassica Oleracea*), tomate (*Lycopersicon esculentum*), laitue (*Lactuca Sativa*), oignon (*Allium Cepa*), concombre (*Cucumus sativus*), etc.

Les céréales sont vendus sur tous les marchés périphériques et surtout à Adidogomé, Agoè-Assiyé, Akodesséwa I (photo 1).



Photo 1 : Exposition des céréales au marché d'Agoè-Assiyé

Prise de vue : N'KERE, septembre 2015.

Sur les marchés périphériques se développe également le commerce des volailles (poules, coqs, pintades, canards, pigeons), du petit et du gros bétail. Les moutons et les chèvres représentent 75 % des animaux vendus sur de Gbossimé (Photo 2).



Photo 2 : Exposition des moutons et chèvres au marché de Gbossimé

Prise de vue : N'KERE, septembre 2015.

Les différents marchés périphériques sont situés tout au long des grands axes routiers reliant les villes de l'intérieur où sont collectés les différents produits vivriers. La vente de ces produits sur ces marchés est une stratégie commerciale basée sur la réduction du coût de location des magasins de stockage qui revient très cher au centre-ville et du coût de transport.

Selon 88% des enquêtés les produits vivriers d'origine paysanne vendus sur les marchés du centre-ville et de la zone portuaire sont achetés sur les marchés périphériques.

Les lieux de vente spécialisés ne se retrouvent pas seulement à la périphérie, ils se rencontrent aussi dans la zone portuaire.

2. 3. 2. Zone portuaire, un lieu de vente spécialisé dans le commerce des objets usagés

L'essentiel des marchandises de seconde main qui arrivent au port de Lomé est vendu sur les marchés de la zone portuaire. On y vend du matériel électrique et électronique tels que les fours à micro-ondes, les téléphones portables, les postes téléviseurs, les ordinateurs ; les appareils frigorifiques comme les climatiseurs, les congélateurs, les réfrigérateurs ; les ustensiles de cuisines tels que les cuisinières, les couteaux, les plats, les cuillères, les fourchettes, les assiettes, les marmites ; les friperies, les matelas, les lits, les voitures, les pièces détachées, les motos, les vélos, etc. Le coût de ces objets est moindre dans cette zone et plus élevé sur les marchés périphériques. Aussi d'après 96% des enquêtés, les produits vivriers vendus à bon marché dans les lieux de vente périphériques coûtent-ils très chers dans la zone portuaire (Tableau II).

Tableau II : Prix comparatifs des produits vivriers sur les marchés spécialisés de la zone portuaire et ceux de la périphérie

Produits vivriers	Prix des produits vivriers dans la zone portuaire (CFA)	Prix des produits vivriers sur les marchés périphériques (CFA)
Maïs	1 bol (3 kg) = 800 F	1 bol (3 kg) = 500 F
Igname	(3 tubercules) 2500 F	(3 tubercules) 1200 F
Farine de manioc	700 F	400 F
Mangue	200 F	100 F
Orange	75 F	25 F
Banane	100 F	50 F
Plantain	150 F	100 F

Source : Résultats des enquêtes, 2015.

Pour 65 % des personnes interviewées, la différence des prix des produits vivriers entre les marchés périphériques et ceux de la zone portuaire s'explique par l'éloignement de cette zone des milieux ruraux. En effet, la zone portuaire est située sur la côte de l'océan Atlantique où aucune activité agricole n'est pratiquée. Pour se nourrir, les personnes qui vivent et celles qui travaillent dans cette partie de Lomé font appel aux revendeuses qui s'approvisionnent sur les marchés périphériques. Les transactions commerciales d'un lieu de vente à un autre font que les produits vivriers reviennent chers dans la zone portuaire. La spécialisation commerciale se rencontre aussi au centre-ville.

2. 3. 3. Spécialisation commerciale du centre-ville

Sur les marchés du centre-ville, sont exposés les produits alimentaires manufacturés tels que les pâtes alimentaires, les boîtes de conserve, les biscuits, les bonbons, les boissons, etc. ; les tissus/pagnes ; le prêt-à-porter, les vêtements sur mesure, les chaussures ; les matériaux de construction, la quincaillerie, la papeterie, etc. (photo 3).



Photo 3 : Exposition des produits manufacturés au marché d'Adawlato

Prise de vue : N'KERE, juin 2015.

Les supermarchés, les grands magasins, les commerces exotiques, les commerces de luxe sont concentrés au centre-ville. L'ensemble de tous ces commerces fait de ce lieu de chalandise un espace congestionné, touffu et difficile d'accès. L'EPAM qui est le service chargé de la gestion de ce lieu de vente a fait des efforts pour le décongestionner, mais il reste encore beaucoup à faire et c'est difficilement qu'on se déplace dans les ruelles de ce marché.

Une autre forme de spécialisation rencontrée dans le marché d'Adawlato est la vente en gros des marchandises. D'après 67 % des revendeurs enquêtés, la spécialisation de ce marché consiste à vendre des marchandises par douzaines aux acheteurs qui sont généralement des revendeurs.

Selon 69 % des consommateurs interviewés, les marchandises manufacturées achetées en gros sur les marchés spécialisés du centre-ville reviennent moins chères dans cette partie de la ville et plus chères à la périphérie. De même, les produits vivriers sont moins chers à la périphérie et plus chers au centre-ville (Tableau III).

Tableau III: Comparaison des prix des marchandises entre les marchés spécialisés du centre-ville et ceux de la périphérie (F CFA)

Marchandises	Prix au centre-ville	Prix à la périphérie
Maïs	1 bol (3 kg) = 600	1 bol (3 kg) = 500
Igname	3 tubercules = 2000	3 tubercules = 1200
Niébé	1 bol (3 kg) = 1800	1 bol (3 kg) = 1500
Pagnes	½ pièce = 4500	½ pièce = 7000
Chaussures	1 paire = 2000	1 paire = 2500
Tissu	1 pantalon = 1100	1 pantalon = 1500
Téléphone portable	25 000	30 000

Source : Résultats des enquêtes, 2015.

Que ce soit au centre-ville ou à la périphérie, la spécialisation des lieux de vente possède des avantages et des inconvénients.

2. 4. AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE LA SPECIALISATION DES MARCHES

Avec la spécialisation des lieux de vente, 90 % des consommateurs disent qu'ils ne vont plus de lieu de vente en lieu de vente à la recherche des marchandises dont ils ont besoin. Mais ils vont directement sur le marché du produit désiré. Cela leur permet de diminuer la distance parcourue à la recherche des marchandises et de gagner du temps consacré aux achats. La spécialisation des marchés leur permet également de réduire considérablement les risques d'accidents et les dépenses dues au déplacement. Pour 86 % des enquêtés, la spécialisation des lieux de vente a occasionné la multiplication des marchés, l'abondance de l'offre commerciale et la diminution des coûts des marchandises. La spécialisation des marchés comporte aussi des inconvénients.

Il s'agit entre autres de la prolifération des lieux de vente et de l'occupation anarchique de l'espace public au sein de la ville. Selon 74 % des enquêtés, les commerçants prennent d'assaut les rues situées à côté des marchés et rendent difficile la circulation des personnes et des véhicules et occasionnent des embouteillages monstrueux autour des lieux de vente. Aussi, les marchands jettent-ils des ordures constituées de cartons d'emballage, de plastiques, de produits pourris et des eaux usées tout autour des lieux de vente rendant ces espaces insalubres.

D'après le personnel de l'EPAM, de la mairie et du service technique de la préfecture, la spécialisation et la multiplication des lieux de vente sont en partie responsables de la vente des produits illicites, prohibés et avariés. On trouve même sur les marchés des produits de la contrefaçon. Aussi 59 % des consommateurs enquêtés affirment-ils que sur les marchés spécialisés dans la vente des objets de seconde main, des appareils électroménagers d'occasion contenant des gaz dangereux (CFC, HCFC), des vêtements, des appareils portables, des pièces détachées trop usés pour être réutilisés sont mis en vente. S'ils ne sont pas achetés, ils sont jetés dans la nature et contribuent à la pollution de l'environnement urbain.

Indéniablement, les marchés spécialisés possèdent des avantages et des inconvénients. Au-delà

de ces derniers, les marchés spécialisés développent une relation d'interdépendance entre eux.

2. 7. INTERDEPENDANCE ENTRE LES LIEUX DE VENTE SPECIALISES

Malgré la spécialisation des marchés, il existe une interrelation entre ces derniers de sorte que les uns ne peuvent pas exister sans les autres. Pour 49 % des enquêtés, les lieux de vente ne sont pas indépendants les uns des autres. Les marchés spécialisés dans la vente des produits vivriers situés dans la périphérie fournissent ces produits aux marchands qui vendent sur les lieux de chalandise du centre-ville. Au même moment, les marchands des marchés périphériques achètent des produits manufacturés sur les marchés du centre-ville. Chaque jour, des mouvements pendulaires s'observent chez les marchands du centre-ville, de la périphérie et de la zone portuaire. Pour le personnel de l'EPAM, de la mairie et du service technique de la préfecture, il y a une interdépendance entre ces différents lieux de vente et les uns ont besoin des autres pour leur bon fonctionnement.

L'étude de l'interdépendance entre les lieux de vente spécialisés s'ouvre sur la discussion des résultats.

3. DISCUSSION

Parlant de la spécialisation des lieux de vente à Lomé, KLASSOU-ZINSOU(2007), dans une étude réalisée sur l'importance des marchés périphériques dans l'approvisionnement de la ville de Lomé en produits vivriers, fait remarquer que ces marchés sont spécialisés dans la vente des céréales. Elle parle des quartiers périphériques comme étant les endroits où les produits vivriers sont plus visibles dans les espaces marchands. Aussi CORDONNIER (1985) présente-t-elle le grand marché d'Adawlato comme un lieu spécialisé dans la commercialisation du tissu/pagne. PEKETI (2004) a montré dans une étude sur les femmes revendeuses de légumes à Lomé que les marchés des quartiers périphériques de Lomé sont spécialisés dans la vente des légumes et ceux du centre-ville dans le commerce des produits de manufacture. La présente étude va au-delà des résultats présentés précédemment et montre qu'il existe une dualité entre les lieux de vente du

centre-ville et ceux de la périphérie. Cette dualité commerciale observée à Lomé n'est à l'avantage ni du centre-ville, ni de la périphérie, mais elle est basée sur des relations égalitaires entre les deux entités géographiques. L'interdépendance des lieux de vente spécialisés a été également analysée. Les avantages et les inconvénients de la spécialisation des marchés ont été étudiés.

La spécialisation des lieux de vente est réelle à Lomé. SOKEMAWU (2011) a étudié le marché aux fétiches qui est un lieu aménagé pour la vente des fétiches et des tisanes. Il affirme que c'est un marché unique en Afrique de l'ouest où sont vendus des ingrédients pour la science occulte. De même les marchés des objets de seconde main ont fait l'objet de l'étude de N'KERE (2012). Dans cette étude, il démontre que les marchés des objets de seconde main sont concentrés dans la zone portuaire. Il montre aussi que quelques objets vendus sur ces marchés sont hors d'usage et sont, soit jetés dans la nature, soit incinérés et contribuent à la pollution de l'environnement. MONEDIAIRE (1994) et DESSE (2001) montrent dans leurs travaux sur les dynamiques spatiales et stratégies des acteurs de l'urbanisme commercial que les prix des marchandises évoluent en fonction des distances qu'elles parcourent. Plus la distance est grande, plus le coût de la marchandise augmente. La présente étude est parvenue aux résultats similaires et va plus loin en montrant que les produits vivriers coûtent moins chers sur les marchés périphériques jugés proches des zones de productions agricoles et plus chers sur les marchés du centre-ville et de la zone portuaire.

CONCLUSION

La spécialisation des lieux de vente dans l'agglomération de Lomé a commencé au cours des années 1990. Elle est caractérisée par la création des marchés sur lesquels prédominent certains produits. Ainsi sur les marchés des quartiers du centre-ville dominant les marchandises manufacturées et sur ceux des quartiers périphériques des produits locaux d'origine paysanne. Les marchés de la zone portuaire sont spécialisés dans la vente des objets de seconde main. A Lomé, les produits vivriers tels que les céréales, les tubercules, les légumineuses

et les fruits sont relativement moins chers sur les marchés périphériques et plus chers sur les lieux de vente du centre-ville et de la zone portuaire. Il y a une dualité commerciale entre le centre-ville et la périphérie de Lomé. L'étude de l'interdépendance des lieux de vente a montré que les marchés spécialisés dépendent les uns des autres pour leur bon fonctionnement. Les marchandises vendues sur les marchés du centre-ville et dans la zone portuaire coûtent moins chères dans ces espaces et plus chères sur les marchés périphériques.

La spécialisation des lieux de vente comporte des avantages et des inconvénients. Elle permet aux acteurs commerciaux de réduire les distances et les déplacements liés aux opérations de vente et d'achat, de gagner du temps, d'économiser de l'argent et d'éviter les accidents de circulation. Elle favorise l'abondance de l'offre commerciale et la baisse des prix des marchandises. La spécialisation des lieux de vente est à l'origine de la prolifération des marchés, l'occupation anarchique de l'espace public, la vente des marchandises prohibées et la pollution de l'environnement urbain.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- DESSE R-P., FOURNIE A., GASNIER A. et al, (2008) : Dictionnaire du Commerce et de l'Aménagement. Presses Universitaires de Rennes, Collection Espaces et territoires, 370 p.
- PERON R., (2004) : Les boîtes, les grandes surfaces dans la ville. L'Atalante, Collection Comme un Accordéon, Nantes, 222 p.
- GASNIER A. et LESTRADE S., (2014) : Commerce et étalement urbain : En France, le modèle « centre/périphérie » fonctionne-t-il toujours ?, in *Espace et Territoires*, Presses Universitaires de Rennes, pp. 139-151.
- NYASSOGBO, G. K., (1997) : Développement local, villes secondaires et décentralisation au Togo. In Bertrand M. et Dubresson A. (sous la direction de) : Petites et moyennes villes d'Afrique noire, Paris, Karthala, pp. 89-109.
- GAYIBOR N. (1997): Histoire des Togolais, Volume I : des origines à 1884, Lomé, PUB, 443 p.
- MARGUERAT Y., (1986) : Armature urbaine du Togo, OROSTOM, Paris, 166 p.
- N'KERE K., (2012) : Incidences de la localisation des établissements commerciaux et des services sur les mobilités urbaines à Lomé, in *Mosaïque*, n°013, Lomé, Togo, pp. 423-438.
- MONEDIAIRE G., (1994) : L'urbanisme commercial, Presses Universitaires de France, n°2895, Paris, 128 p.
- KLASSOU-ZINSOU K., (2007) : L'importance des marchés périphériques dans l'approvisionnement de la ville de Lomé en produits vivriers, Université de Lomé, Thèse unique de Géographie, 424 p.
- CORDONNIER R., (1985): Femmes africaines et commerces : les revendeuses de tissus de la ville de Lomé (Togo). Harmatan, Paris, 190 p.
- PEKETI P., (2004): Femmes et commerce : Cas des revendeuses des céréales et des légumes dans les marchés d'Agoè-assiyéyé et d'Adidogomé (Région Maritime, Togo), Mémoire de Maîtrise, Géographie, UL, 106 p.
- SOKEMAWU K., (2011) : Le marché aux fétiches d'Akodesséwa : un lieu touristique au cœur de la ville de Lomé au Togo, in *Annales de l'Université de Lomé*, Tome XXX-2, série Lettres et sciences humaines, PUL, Lomé, pp. 235-246.
- DESSE, R-P., (2001) : L'archipel commercial : Dynamiques spatiales et stratégies des acteurs de l'urbanisme commercial. Université de Bretagne Occidentale, Brest, 224 p.